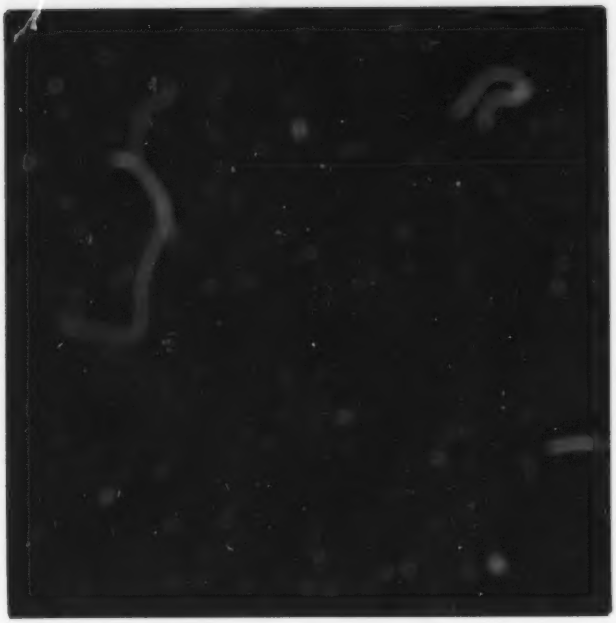

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE,
DU COMMERCE ET DE LA
TECHNOLOGIE
ONTARIO

RAPPORT

de l'enquête sur

LES PETITES ENTREPRISES

FRANCO-ONTARIENNES

préparé par la firme
Rhéal Leroux & associés, inc.

pour le compte du

ministère de l'Industrie, du Commerce
et de la Technologie de l'Ontario

mai 1990

93-00307/

Table des matières

	PAGE
SOMMAIRE	i
INTRODUCTION	
▪ Objectif	2
▪ Définition	2
MÉTHODOLOGIE	
▪ Sondage téléphonique	3
▪ Questionnaire	5
▪ Taux de réponse	6
PROFIL DES RÉPONDANTS	
▪ Sexe	7
▪ Age	8
▪ Éducation	9
PROFIL D'EXPLOITATION DES ENTREPRISES	
▪ Droit de propriété	10
▪ Personne morale/raison sociale	11
▪ Années d'existence	13
▪ Secteurs d'activité	14
▪ Produits	15
▪ Exportations	16
▪ Marchés étrangers	17
▪ Modalité de fonctionnement	18
PROFIL FINANCIER	
▪ Chiffre d'affaires brut	19
▪ Taux de croissance atteint/ Réalisations acquises	20
▪ Prospectives/croissance prévu	21
▪ Problèmes	21
▪ Investissement initial/ Capital de lancement	22
▪ Fonds de roulement et d'expansion	27
▪ Sources externes de financement	27

EMPLOI
- Contingent des ressources humaines/ nombre d'employés 29
- Dotation de personnel/recrutement 30
- Rotation des effectifs 32
- Sessions de formation 33
- Programmes d'aide gouvernementale 35
- Non-bénéficiaires 38
- Difficultés 39

COMMUNICATIONS
- Langue usuelle 40
- Importance du français 42
- Relations publiques 43
- Contraintes 44

ANNEXE

- Questionnaire

SOMMAIRE

SOMMAIRE

Le Rapport de l'Étude portant sur les petites entreprises franco-ontariennes a englobé le sondage de sept cent vingt-sept (727) firmes francophones situées en Ontario et oeuvrant dans tous les secteurs de l'économie. Le manque d'antécédents concernant les données comparatives reliées aux petites entreprises franco-ontariennes restreint les possiblités d'établir des tendances, des variations ou toute modification de structure dans la composition ou le fonctionnement de ces exploitations. Néanmoins, le présent sondage suscite les remarques suivantes:

1. Les petites entreprises franco-ontariennes fonctionnent dans un milieu économique nord-américain et, de ce fait, revêtent plusieurs caractéristiques que partagent d'autres entités économiques.

2. Les États-Unis sont le principal partenaire des firmes qui exportent. Seulement huit pour cent (8,3%) des firmes interviewées s'adonnent à l'exportation.

3. Les petites entreprises francophones sont hautement diversifiées et oeuvrent dans tous les secteurs de l'économie.

4. La répartition sectorielle indique une certaine concentration dans le secteur de "la vente au détail", à raison de plus de vingt-trois pour cent (23,6%), tout autant que dans les services personnels et communautaires accusant au delà de quatorze pour cent (14,5%), alors que le secteur des "services à l'entreprise" est pénétré par les firmes francophones de façon plutôt marginale.

5. Près d'un quart des firmes interviewées appartiennent à des femmes. Les entrepreneures gagnent en importance.

6. La moyenne pondérée d'âge des répondants est quarante-sept (47) ans. Près de dix-huit pour cent (18%) des propriétaires ont moins que trente-deux (32 ans). Des études démographiques portant sur le droit de propriété des petites entreprises démontrent que plus de jeunes gens poursuivent une carrière d'entrepreneur.

7. Environ dix pour cent (10%) des répondants ont déclaré posséder un niveau d'éducation inférieur à une neuvième (9^{e}

année). La moyenne pondérée de tous les répondants se situe à douze (12) ans de scolarité.

8. Les firmes dont l'exploitation est dirigée selon la modalité de "société en commandite", soit un tiers du total (33,3%) comptent des associés francophones pour la plupart, soit quatre-vingt-seize pour cent (96%).

9. Les petites compagnies francophones sont solidement établies, leur existence remonte en moyenne à seize (16) ans et quatre-vingt-treize pour cent (93%) d'entre elles fonctionnent à longueur d'année. En fait, quatre-vingt-cinq pour cent (85%) des établissements fonctionnent depuis cinq (5) ans ou plus.

10. Une grande variance a été enregistrée dans la répartition des chiffres d'affaires (revenus bruts résultants des ventes). Près de dix-sept pour cent (17%) ont déclaré avoir réalisé un chiffre d'affaires annuel de moins de cinquante mille (50 000 $) alors qu'un tiers (1/3) des compagnies ont accusé un chiffre d'affaires d'un (1) million de dollars et plus.

11. La vaste majorité des firmes, soit près de quatre-vingt-treize pour cent (92,7%), ont enregistré des gains stables dans leurs chiffres d'affaires au cours des trois dernières années. Le taux moyen de croissance pour l'échantillon retenu se situe à quinze pour cent (15%) par année.

12. Seulement six pour cent (6,5%) des entreprises interrogées prévoient une chute de leurs revenus bruts dans les trois prochaines années. La moyenne de l'échantillon au regard du taux d'expansion prévue se situe à environ dix-sept pour cent (17%) annuellement.

13. Les fonds de lancement pour donner le coup d'envoi à la petite entreprise sont relativement modestes. Plus de cinquante pour cent (50%) des entreprises interrogées ont indiqué un investissement initial et des frais de démarrage se chiffrant à moins de trente mille dollars (30 000 $).

14. Dans l'ensemble, près de soixante-dix pour cent (70%) du capital de lancement requis a été investi par les propriétaires eux-mêmes. Le solde de trente pour cent (30%) provenait

d'autres sources de financement telles les banques, les familles, les associés et les amis.

15. Les banques à plus de soixante-dix pour cent (70,7%) et les caisses populaires, à raison d'au-delà de vingt-quatre pour cent (24,6%), représentent les principales sources externes de financement de l'exploitation.

16. Moins de six pour cent (6%) des firmes interviewées emploient plus de cinquante (50) personnes. La plus haute moyenne du nombre d'employés s'inscrit dans le secteur de "la construction" avec dix-sept (17) travailleurs et la plus basse moyenne se retrouve dans le secteur de "la vente au détail" avec neuf (9) employés. La moyenne de tout l'échantillon se chiffre à douze (12,4) employés.

17. Plus de quarante-sept pour cent (47%) des entreprises ont indiqué avoir éprouvé des difficultés au regard du recrutement du personnel requis particulièrement dans le cas de "main-d'oeuvre spécialisée".

18. Près de vingt pour cent (20%) des compagnies ont de la difficulté à retenir leur personnel en place. Le problème occasionné par la rotation des effectifs se relie à toutes les ressources humaines, spécialisées ou non.

19. Environ dix pour cent (10%) des répondants ont indiqué que la "langue d'usage" est partiellement responsable des problèmes survenus dans le recrutement et la rétention du personnel.

20. Les petites entreprises ne disposent pas de ressources nécessaires et d'occasions valables pour investir dans la formation professionnelle et les cours d'entra nement et sessions d'apprentissage. Le sondage confirme cet état de chose. En fait, seulement quarante-huit pour cent (48%) du total des employés dénombrés ont déjà participés à des sessions de formation en service actif.

21. Les treize (13) programmes d'aide gouvernementale visant à fournir un appui professionel et financier aux petites entreprises n'ont été mis à profit que par quarante-cinq pour cent (45%) des firmes. Cinq (5) programmes ont capté l'attention de quatre-vingt pour cent (80%) de la participation totale aux programmes d'État.

22. La sensibilisation aux programmes d'aide gouvernementale semble très faible. Seulement quatre pour cent (4%) des firmes interviewées connaissent environ sept (7) programmes gouvernementaux des treize (13) déjà en place qui sont accessibles. Le taux de sensibilisation aux cinq (5) autres programmes se situe entre neuf et vingt-quatre pour cent (9,6% et 24,4%).

23. Le Programme des emplois d'été de l'Ontario semble le plus populaire et a quelque peu rejoint les répondants les plus sensibilisés. Malgré tout, même dans ce cas, moins de vingt-cinq pour cent (25%) des entreprises connaissaient son existence.

24. Près des deux tiers (2/3) des non-bénéficiaires de programmes d'aide gouvernementale ont indiqué "un manque d'information" comme motif de leur non-participation aux divers programmes disponibles.

25. Le sondage indique les principaux problèmes suivants qui influent sur leur modalité de fonctionnement:

- le recrutement de la main-d'oeuvre spécialisée
- les perceptions d'impôt sur le salaire des employés
- la réglementation gouvernementale et la bureaucratie
- le manque de subventions de l'État
- les coûts énergétiques élevés et la hausse de prix du carburant
- le financement et le "cash-flow"

26. Les petites entreprises franco-ontariennes se servent du français un peu plus que de l'anglais comme langue d'usage courant en milieu de travail en proportion de cinquante-et-un pour cent (51,2%) contre quarante-huit pour cent (48,8%). L'usage du français et plus prédominant dans les communications internes avec les employés. Par contre, l'anglais est utilisé davantage dans les rapports à entretenir avec les autorités gouvernementales et les fournisseurs.

27. Quarante-sept pour cent (47%) des entreprises utilisent "uniquement" le français dans leur communications interne et treize pour cent (13%) des entreprises font usage de l'anglais

"uniquement " en terme d'outil de communication avec leurs employés.

28. Au regard des liens de communication établis avec les institutions financières, on observe des polarisations évidentes. Plus d'un tiers (33%) des firmes communiquent "uniquement" en français alors qu'un quart (25%) communiquent "uniquement" en anglais.

29. Le même mode s'observe dans les relations avec les autorités gouvernementales...

municipales:
"uniquement" en français 35% des entreprises
"uniquement" en anglais 28% des entreprises

provinciales:
"uniquement " en français 17% des entreprises
"uniquement" en anglais 35% des entreprises

30. Une revue de la langue d'usage dans les fonctions de relations publiques indique que l'anglais prédomine en réclame publicitaire et en marketing. En moyenne, le français est utilisé dans environ quarante-deux pour cent (42%) des cas relevant de l'affichage et de la réclame publicitaire.

INTRODUCTION

OBJECTIF

Le présent sondage a couvert plus de sept cents (700) petites entreprises franco-ontariennes oeuvrant au sein d'une vaste gamme de secteurs d'activité et réparties à travers les cinq régions géographiques de la province. Il englobe les composantes suivantes reliées aux entreprises rejointes:

- le profil d'exploitation
- le profil financier
- le profil d'emploi
- la sensibilisation aux programmes de l'État et leur mise à profit
- l'usage de la langue de travail dans les systèmes de communication.

Actuellement, bien peu de données pertinentes sont disponibles au regard des modalités de fonctionnement des petites entreprises franco-ontariennes. Ainsi, la raison d'être du mandat de la présente étude consiste à combler cette lacune et à fournir au ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie une base de données statistiques multidimensionnelles portant sur la nature, la structure et la gestion des petites entreprises situées en Ontario et dirigées par des entrepreneurs francophones.

DÉFINITION

Une petite entreprise selon les normes de la province d'Ontario représente un établissement qui emploie moins de cent (100) personnes. Il faut souligner que la Loi sur les Prêts aux petites entreprises fixe le plafonnement du chiffre d'affaires annuel à un montant de deux millions de dollars (2 millions $) pour se classer dans la catégorie des petites entreprises. Le présent sondage se conforme donc à cette définition officielle et n'inclue que les firmes employant moins de cent (100) employés. Cependant, aucune distinction n'a été établie entre les secteurs de service et ceux de l'industrie.

MÉTHODOLOGIE

SONDAGE TÉLÉPHONIQUE

La méthodologie retenue impliquait un sondage téléphonique afin de cueillir des données auprès des petites entreprise commerciales francophones oeuvrant en Ontario. Au départ, une liste de trois mille cinq cents noms (3 500) avait été fournie par l'entremise du ministère de la Formation professionnelle. Les compagnies et sociétés identifiées au moyen de cette nomenclature s'avéraient relativement bien réparties au regard de leur emplacement géographique à l'échelle des cinq grandes régions de la province. Toutefois, après une semaine de vaines tentatives déployées dans le but de rejoindre les candidats-cibles, ladite liste a été écartée et un nouveau répertoire a été rédigé. Il ne s'agissait pas de mettre la liste à jour puisque plusieurs firmes y figurant ne répondaient pas aux critères de taille, de langue, ou d'exactitude des numéros d'abonnés téléphoniques. En fait, sur dix (10) appels acheminés seulement un (1) réussissait à rejoindre l'entreprise recherchée. Le nouveau répertoire a été dressé à partir d'une nouvelle base de données fournies par le Ministère et grâce à plusieurs centaines de noms recrutés par la firme Rhéal Leroux & associés, puisés auprès des organismes suivants:

- Nordaski
- Nordcom
- Le Regroupement des gens d'affaires
- Le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie
- Les Femmes d'affaires
- AFAPRECO
- ACFO / ESTRIE
- et autres

Bien que la fiabilité de la nouvelle liste n'ait pas été mise en doute, la répartition géographique des candidats visés n'était pas conforme à la représentation équitable et équilibrée des divers bassins démographiques et industriels des cinq régions. La répartition régionale de l'échantillonnage s'enligne assez bien avec la distribution de la population francophone.

Tableau 1

Pourcentage de la répartition par régions

Régions	Sondage	PME de l'Ontario 1988 [1]	Population francophone 1986
Est	73,4	13,2	41,5
Centre	9,2	36,8	20,0
Nord	13,1	7,8	32,3
Grand Toronto	2,2	27,4	(incluse dans Centre)
Sud-Ouest	2,1	14,8	6,2
Total	100,0	100,0	100,0

La distorsion relevée dans la répartition régionale est due aux difficultés rencontrées dans la quête de données portant sur les petites entreprises francophones oeuvrant en Ontario. Du point de vue statistique, la haute concentration qui existe dans l'est ontarien restreint l'analyse à l'approche sommaire.

Une mise à l'essai préliminaire a été effectuée vers la fin de novembre et des entrevues ont été menées de décembre 1989 à février 1990. Douze interviewers au total ont rejoint 727 petites entreprises francophones. La durée moyenne de chaque entretien téléphonique était de trente-cinq (35) minutes. Les motifs de refus se situaient entre les prétextes suivants:

- le manque de temps
- la longueur du questionnaire
- l'information requise n'est pas disponible.
- aucun intérêt

Un faible pourcentage s'est désisté au cours de l'entretien téléphonique pour l'une ou l'autre des raisons mentionnées plus avant. Quand l'information n'était pas disponible, la personne menant l'entrevue suggérait de rappeler le répondant plus tard, le lendemain, ou quand il serait plus commode. Bien que cette option était plus coûteuse et consommait plus de temps, elle a permis d'accro tre le taux de réponse en accordant au répondant le loisir d'accumuler les renseignements désirés.

[1] Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie "La Situation des Petites Entreprises", Rapport annuel, 1988.

QUESTIONNAIRE

Un questionnaire a été élaboré conformément à l'objectif fondamental de l'enquête menée couvrant quarante (40) questions reliées à:

- la structure organisationnelle
- la modalité de fonctionnement
- la répartition des secteurs d'activité
- les produits et services offerts
- les exportations
- l'investissement initial/frais de démarrage
- le chiffre d'affaires/revenu brut
- les sources de financement
- les réalisations acquises/taux de croissance atteint
- les possibilités d'expansion prévues/prospectives
- l'emploi
- les problèmes reliés au recrutement/rotation des effectifs
- la formation des ressources humaines
- les programmes d'aide gouvernementale
- la langue de communication
- la langue de travail en usage interne et externe
- le profil du répondant

Sur l'ensemble, seulement cinq questions n'étaient pas quantifiables. Elles traitaient précisément...

- des principaux problèmes qu'ont à affronter les PME
- des motifs justifiant la non-participation aux programmes d'aide gouvernementale disponible
- des difficultés associées aux programmes de l'État
- des suggestions offertes au regard de l'amélioration des programmes gouvernementaux
- des raisons invoquées pour ne pas utiliser le français davantage comme langue de travail

Le questionnaire était formé de cinq (5) parties, soit:

a) le profil d'exploitation
b) le profil financier
c) l'emploi
d) les programmes gouvernementaux
e) les communications

Il faut souligner que le questionnaire a été soumis à deux révisions ministérielles avant d'être mis à l'essai de façon expérimentale.

TAUX DE RÉPONSE

Le taux de réponse se définit de par le nombre d'entreprises qui ont répondu à une question précise parmi l'échantillonnage global, soit sept cent vingt-sept (727) et qui s'exprime en pourcentage. Le taux de réponse est particulièrement influencé par six (6) facteurs:

- le niveau de savoir du répondant au regard de la question posée
- le niveau de difficulté des questions
- la longueur du questionnaire
- l'aspect confidentiel des questions
- l'intérêt suscité chez le répondant ou l'avantage qu'il peut retirer des sujets soulevés par le questionnaire
- le palier d'autorité de la source qui interroge

Il est évidemment impossible de déterminer la valeur particulière de chacun des six secteurs préalablement énumérés. Un grand écart de variabilité existe entre les quarante questions inscrites au questionnaire. Certaines questions sont très confidentielles alors que d'autres sont difficiles à répondre en raison...

- des problèmes de "rappels" (investissement initial)
- du défaut d'enregistrement des données (langue d'usage)
- la nature incertaine de la réponse (potentiel d'expansion d'ici les 3 prochaines années)

Le taux de réponse s'avère raisonnablement élevé pour ce genre de sondage et, dans le cas présent, il résulte de l'échange direct établi entre le répondant et l'interviewer formé et entra né à conduire des sondages qui, à maintes reprises, facilitait le procédé en identifiant et expliquant davantage les composantes de la question. Les sept cent vingt-sept (727) entreprises n'ont pas répondu à toutes les quarante (40) questions soumises. En certaines circonstances, la nature de la question ne s'appliquait pas à leur situation, par exemple: seulement soixante (60) firmes s'occupaient d'exportations, de sorte que ces cas n'ont pas été retenus dans l'évaluation du taux de réponse. Dans d'autres cas, le répondant ne pouvait ou ne voulait pas fournir de renseignements pertinents.

PROFIL DU RÉPONDANT

SEXE

Une fois le questionnaire élaboré et mis à l'essai de façon expérimentale, il est devenu évident que la qualité des réponses ne serait adéquate que dans la mesure où elles seraient fournies par le propriétaire ou ses associés en affaires. Quand ceux-ci étaient absents, le responsable de l'entrevue prenait un autre rendez-vous et rappelait plus tard. Ainsi, la répartition de l'échantillon féminin et masculin reflète une illustration plus exacte de la distribution du droit de propriété.

Tableau 2

Répartition des répondants selon le sexe

Sexe	Nombre d'entreprises	Pourcentage
masculin	535	76,0
féminin	169	24,0
Total	704	100,0

En Ontario, vingt-quatre pour cent (24%) des entreprises nouvellement établies appartiennent à des femmes.[2] Les entrepreneures occupent un créneau de plus en plus important.

[2] Source: MITT, Internal Research, Janvier 1990.

ÂGE

La catégorie d'âge des 45 à 55 ans est le segment le plus représentatif parmi les répondants, soit plus de trente-cinq pour cent (35,3%). Néanmoins, on a également observé quelques extrêmes. Les répondants de trente-huit (38) entreprises se situent dans la catégorie des 21 à 27 ans et ceux de quatre (4) sociétés sont âgés de plus de soixante-douze (73) ans.

Tableau 3

Répartition des répondants selon l'âge

Catégorie d'âge	Nombre d'entreprises	Pourcentage
21 - 27	38	5,3
28 - 32	87	12,1
33 - 44	242	33,7
45 - 55	254	35,3
56 - 61	58	8,1
62 - 72	36	5,0
73 et plus	4	0,5
Total	719	100,0

Deux tiers du total des répondants se classent dans les catégories d'âge des 33 à 55 ans et la moyenne pondérée d'âge de la somme des répondants est 47 ans. Des études démographiques sur le droit de propriété pondéré des petites entreprises suggèrent que plus de jeunes gens poursuivent une carrière d'entrepreneur. Les données du programme "Nouvelles Entreprises" démontrent que cinquante pour cent (50%) des nouvelles entreprises participant au programme sont dirigées par des moins de trente ans (juin 1988).

ÉDUCATION

Environ dix pour cent (10%) des répondants possèdent moins de neuf (9) ans de scolarité. D'autre part, près d'un quart (25%) des répondants ont atteint le niveau de formation universitaire. La moyenne pondérée du niveau d'éducation de l'ensemble des répondants se situe à douze (12) ans de scolarité. Le tableau suivant illustre la répartition du niveau d'éducation et offre un parallèle avec l'ensemble de la province d'Ontario.

Tableau 4

Pourcentage de répartition du niveau d'éducation

Niveau de scolarité	Pourcentage selon le sondage	Recensement 1986 en Ontario
Moins d'une neuvième (9e)	9,7	14,6
De 9e @ 13e	48,7	44,6
Collèges communautaires, instituts privés	17,2	21,3
Universités	24,4	19,5
Total	100,0	100,0

PROFIL D'EXPLOITATION DES ENTREPRISES FRANCOPHONES

DROIT DE PROPRIÉTÉ

Les petites entreprises affichent deux caractéristiques de base: elles relèvent du secteur privé et appartiennent à un propriétaire unique. Cet état de chose se confirme à l'aide du présent sondage.

Tableau 5

Droit de Propriété

	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Propriétaires uniques	473	66,7
Sociétés en commandite	236	33,3
Total	709	100,0

Même quand plus d'un(e) associé(e) sont propriétaires d'une entreprise, une forte préférence pour un nombre réduit de partenaires est très évidente. De fait, les compagnies comptant trois associés ou moins comptent pour plus de quatre-vingt-trois pour cent (83%) des entreprises enregistrées en sociétés en commandite.

Tableau 6

Répartition du nombre d'associés

Nombre d'associés	Nombre d'entreprises	Pourcentage	Pourcentage cumulatif
1	109	46,2	46,2
2	63	26,7	72,9
3	25	10,6	83,5
4	10	4,2	87,7
5	13	5,5	93,2
6 et plus	16	6,8	100,0
Total	236	100,0	

Au sein des deux cent trente-six (236) entreprises fonctionnant dans le cadre d'une "société en commandite"

96% des associé(es) sont francophones
45% des associés sont des femmes

La moyenne du nombre d'associés par entreprise est de

2,2 associés quand ce sont des hommes
1,3 associées quand ce sont des femmes

PERSONNE MORALE OU CIVILE/RAISON SOCIALE

Dès qu'une entreprise devient corporation, elle acquiert une personnalité juridi-que et des actions sont émises au nom des (ou de l'unique) propriétaires. Il est parfaitement acceptable et légal que toutes les actions échues soient détenues par un propriétaire unique. Pour des raisons de sécurité financière, les entre-prises préfèrent la formule d'incorporation. Les résultats du sondage viennent confirmer ce fait.

D'autre part, une entreprise peut simplement enregistrer sa raison sociale. L'enregistrement implique le choix d'une dénomination précise et

unique sous laquelle l'entreprise fonctionnera et qui devient autre que le nom du particulier, de la société en commandite, ou de la corporation.

Tableau 7

Personnalité juridique/civile/morale

	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Incorporées	391	65,0
Enregistrées	211	35,0
Total	602	100,0

Il est intéressant de noter que trente pour cent (30%) des entreprises se sont enregistrées ou incorporées depuis cinq (5) ans ou moins, alors que dix-sept pour cent (17%) sont constituées ainsi depuis vingt (20) ans ou plus. La moyenne pondérée se situe à près de douze (12) ans. Ceci implique que, de la somme de l'échantillon des sept cent vingt-sept (727) compagnies dénombrées, environ deux cents (200) firmes ont été constituées au cours des cinq (5) dernières années. En Ontario, le taux de lancement des entreprises commerciales dans le secteur des PME se chiffre à peu près au double du taux relevé dans l'échantillon du sondage.

ANNÉES D'EXISTENCE

Certaines compagnies et sociétés sont établies depuis plus de cent (100) ans alors que d'autres viennent tout juste de lancer leur entreprise depuis quelques années à peine. La moyenne pondérée de longévité d'exploitation des entreprises de l'échantillon choisi se chiffre à quinze (15,8) ans et la répartition s'effectue de manière très dispersée comme l'indique le tableau suivant:

Tableau 8

Années d'existence/fonctionnement

Nombre d'années en exploitation	Nombre d'entreprises	Pourcentage
0 - 4	106	15,0
5 - 8	126	17,9
9 - 14	165	23,5
15 - 20	130	18,4
21 - 30	92	13,0
31 et plus	86	12,2
Total	705	100,0

Il faut souligner que la moyenne des années d'existence et de fonctionnement se situe à seize (16) ans alors que la moyenne des dates d'incorporation ou d'enregistrement remonte à douze (12) ans. Ceci peut être dû au fait que:

- les petites entreprises fonctionnaient sans être incorporées ou enregistrées
- certaines compagnies ou sociétés ont modifié leur raison sociale ou leur personnalité juridique/civile

Bien qu'on ne puisse inférer sur le "taux de survie" des entreprises, l'échantillon du sondage démontre une stabilité remarquable. Au fait, quatre-vingt-cinq pour cent (85%) des entreprises fonctionnent depuis plus de cinq (5) ans.

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Si l'on considère que l'échantillon est statistiquement représentatif, alors la répartition sectorielle reflète bien le champ d'intérêt et d'activité des petites entreprises franco-ontariennes. Il existe une vague concentration dans le secteur du "commerce au détail" autant que dans les "services personnels et communautaires".

Considérant que le nombre moyen d'employés oeuvrant au sein de chaque entreprise se chiffre à environ douze (12) et qu'au-delà de quatre-vingt-quinze pour cent (95%) des compagnies interrogées comptaient cinquante (50) employés ou moins, une comparaison peut être effectuée avec l'ensemble des compagnies fonctionnant à l'échelle de la province d'Ontario, telles que dénombrées en 1986, qui emploient moins de cinquante (50) personnes.

Tableau 9

Répartition sectorielle

Secteur d'activité	Nombre d'entreprises	Pourcentage	PME [3] en Ontario
Commerce au détail	171	23,6	16,4
Services personnels et communautaires	105	14,5	9,0
Construction	89	12,2	12,7
Service à l'entreprise	46	6,3	28,2
Commerce en gros	44	6,1	6,5
Fabrication	42	5,8	6,9
Transport/communication	34	4,7	3,5
Finance/assurance	34	4,7	7,1
Primaire	10	1,4	4,5
Autre	150	20,6	5,2
Total	725	100,0	100,0

PRODUITS

L'analyse sectorielle indique le vaste champ d'activité que poursuivent les diverses entreprises. On leur a demandé d'identifier le domaine premier de leur fabrication de produits ou de leur prestation de services afin d'accumuler des données précises sur le type de produits et services offerts. Une nomenclature d'environ cent articles a été compilée et le tableau qui suit résume les produits et services dispensés, ce qui représente à peu près soixante pour cent (60%) de la production/prestation d'ensemble.

Les petites entreprises commerciales sont actives dans les secteurs suivants: *l'alimentation, la mécanique, le sable/gravier, le vêtement, la cimenterie, la traduction, l'imprimerie, la comptabilité, l'hôtellerie, les communications, la pharmacie, les systèmes de chauffage, les voyages, le meuble, les antiquités, la construction, le camping, les ordinateurs, l'automobile, la décoration intérieure, et autres.*

[3] Statistiques Canada, "Employment Dynamics", 1988.

Tableau 10

Répartition des produits et services dénombrés

Catégories	Pourcentage du total
Matériaux de construction	7,1
Horticulture	6,6
Nettoyage/buanderie	5,9
Mécanique automobile/carrosserie	4,7
Restauration/traitage/aliments et breuvages	4,7
Équipement léger/accessoires	4,5
Quincaillerie	4,4
Transport/entreposage	4,3
Boucherie/denrées alimentaires	4,3
Librairie/vidéo	4,2
Meuble	4,0
Esthétique	3,9
Autres	41,4
Total	100,0

EXPORTATIONS

L'économie canadienne favorise une politique de "porte ouverte" ce qui signifie qu'environ le quart du produit intérieur est orienté vers les marchés publics d'exportation. La province d'Ontario suit la même veine puisqu'en 1987 son marché d'exportation atteignait soixante-et-un (61) milliards de dollars soit plus de vingt-sept pour cent (27,6%) du produit intérieur brut ontarien. Au cours de la même année, le marché québécois d'exportation dépassait les vingt (20) milliards $ représentant ainsi quinze pour cent (15.5%) du produit intérieur brut de la province.

Selon l'échantillon des entreprises interrogées, seulement soixante (60) compagnie, soit huit pour cent (8,3%) de la somme, s'adonnent à l'exportation. Plus d'un tiers (1/3) d'entre elles exportent moins de dix pour cent (10%) de la valeur de leur production, alors que près de dix-sept pour cent (16,7%) exportent plus de soixante-cinq pour cent (65%) de l'ensemble de leur production.

Tableau 11

Importance du marché d'exportation

Exportation en termes de % de la production totale	Nombre d'entreprises	Pourcentage
1 - 10%	21	35,0
11 - 19%	7	11,7
20 - 30%	5	8,3
45 - 64%	3	5,0
65% et plus	10	16,7
Incapables de préciser %	14	23,3
Total	60	100,0

MARCHÉS ÉTRANGERS

Les États-unis représentent de loin le plus vaste marché d'exportation ciblé par les entreprises recensées, suivis de la France et de l'Afrique de l'Ouest.

Tableau 12

Principaux marchés étrangers (destinataires)

Pays ciblés	Pourcentage de la somme des cies	Parallèle avec le Québec[4]
États-unis	71,2	77,3
France	6,8	1,6
Afrique de l'Ouest	5,1	0,8
Europe	3,4	12,5
Autres	13,5	7,8
Total	100,0	100,0

[4] Statistique Québec, 1988

Cette tendance illustre de façon évidente le mode d'exportation de l'Ontario. En fait, la somme des articles d'exportation produits et sortis de l'Ontario en 1987 se chiffrait à soixante-et-un (61) milliards $ et les exportations vers les États-unis atteignaient cinquante-quatre (54) milliards $ soit quatre-vingt-huit pour cent (88,5%).

MODALITÉ DE FONCTIONNEMENT

La durée des manoeuvres d'exploitation influe grandement sur la rentabilité financière d'une entreprise commerciale. On a pu observer que même les entreprises typiquement saisonnières telles les centres de ski étendaient maintenant leur période de fonctionnement à longueur d'année en offrant des activités de loisirs aquatiques au cours de la période estivale. Le prolongement du temps d'exploitation permet un meilleur amortissement des coûts des installations en répartissant des coûts fixes sur une échelle d'activité économique plus étendue. Seulement cinquante-et-une (51) firmes, soit sept pour cent (7%), fonctionnent sur une base saisonnière. Elles se retrouvent principalement dans les secteurs suivants:

la construction (14 firmes), le transport (11 compagnies) et le secteur primaire (10 entreprises).

Tableau 13

Modalité de fonctionnement

Base	Nombre d'entreprises	Pourcentage
annuelle	676	93,0
saisonnière	51	7,0
Total	727	100,0

Douze pour cent (12%) des entreprises qui fonctionnent sur une base saisonnière exploitent leur commerce durant moins de cinq (5) mois par année et la moyenne de durée de l'exploitation de ce groupe se situe autour de huit (8) mois.

PROFIL FINANCIER

CHIFFRE D'AFFAIRES/REVENU BRUT

Le chiffre d'affaires résultant du revenu brut des ventes demeure le meilleur indicatif de la taille et de l'importance d'une entreprise commerciale. Les compagnies du secteur privé ne sont pas obligées par la loi de divulguer les détails de leurs revenus, profits ou chiffres de ventes, ni toute autre modalité de leur exploitation. Il n'est donc pas surprenant que plus d'un tiers des entreprises interrogées ait refusé à dévoiler son état financier. Dans le groupe qui a répondu par l'affirmative, un grand écart existe entre les chiffres d'affaires respectifs variant de moins de vint-cinq mille dollars (25 000 $) à plus de deux (2 millions $) tel qu'illustré au tableau 14. Il est intéressant de noter que vingt pour cent (20%) des entreprises ayant déclaré un chiffre d'affaires annuel de moins de 25 000 $ fonctionnent sur une base de modalité saisonnière.

Tableau 14

Chiffre d'affaires/Revenu brut

Niveau du rev. annuel brut	Nombre d'entreprises	Pourcentage	Pourcentage cumulatif
Moins de 25 000 $	40	9,2	9,2
25 000 - 50 000 $	31	7,2	16,4
50 000 - 100 000 $	59	13,6	30,0
100 000 - 200 000 $	66	15,2	45,2
200 000 - 500 000 $	93	21,5	66,7
500 000 - 1 million $	2	0,5	67,2
1 - 2 millions $	82	18,9	86,1
2 millions $ et plus	60	13,9	100,0
Total	433	100,0	100,0

On peut observer que près de trente-trois pour cent (33%) des entreprises réalisent un chiffre d'affaires annuel de plus d'un million de dollars, alors que trente pour cent 30% n'atteignent pas les cent mille dollars (100 000 $). Les firmes qui accumulent un revenu brut de deux millions et plus se retrouvent principalement dans les secteurs primaires et le commerce. En fait, ces créneaux englobent au-delà de cinquante-six

pour cent (56%) des entreprises qui ont déclaré un chiffre d'affaires annuel de deux (2) millions $ et plus.

TAUX DE CROISSANCE ATTEINT/ RÉALISATIONS ACQUISES

Au cours des trois (3) dernières années, on remarque qu'à peine sept pour cent (7,3%) des entreprises recensées, soit quarante-et-une (41) firmes, ont enregistré une baisse de leur revenu. Alors que six (6) d'entre elles rapportent une diminution de cinquante pour cent (50%), dans l'ensemble, la moyenne de cette réduction annuelle se chiffre à cinq pour cent (5%). La grande majorité, soit près de quatre-vingt-treize pour cent (92,7%), rapportent avoir réalisé des gains stables tel qu'indiqué dans le tableau qui suit:

Tableau 15

Taux annuel de fluctuation des revenus accusée dans les ventes

(Trois derniers exercices financiers)

Taux annuel de fluctuation du revenu	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Moyenne, 5% de réduction	41	7,3
Croissance inférieure @ 10%	175	31,1
Croissance allant de 11 - 20%	196	34,9
Croissance allant de 21 - 30%	81	14,4
Croissance allant de 31 - 40%	31	5,5
Croissance allant de 41 - 50%	9	1,6
Croissance atteignant 50% et plus	29	5,2
Total	562	100,0

Le taux de croissance moyen atteint par chaque compagnie se chiffre autour de quinze pour cent (15%) par année. Cette expansion se compare favorablement au taux de croissance du produit intérieur brut de la province d'Ontario qui a affiché, au cours des trois dernières années, une moyenne de croissance annuelle d'environ neuf pour cent (9%).

PROSPECTIVE/CROISSANCE PRÉVUE

La planification s'avère une fonction essentielle de gestion et l'établissement de prévisions ou l'évaluation du potentiel de rendement constitue le fondement d'une planification efficace et rentable. Seulement six pour cent (6,5%) des firmes recensées prévoient une réduction de leur chiffre d'affaires d'ici les trois prochaines années, et trois (3) entreprises craignent une baisse considérable de leurs revenus. La moyenne des diminutions prévues tourne autour de six pour cent (6%) par année.

La plupart, soit au-dessus de quatre-vingt-treize pour cent (93,5%), prévoient une saine majoration de leur chiffre d'affaires. Un peu plus de quatre pour cent (4%) des entreprises espèrent voir leur revenus augmenter de plus de cinquante pour cent (50%) par année fixant la moyenne de l'échantillon à environ dix-sept pour cent (17%).

Tableau 16

Taux annuel de fluctuation du revenu prévue dans les ventes

(Trois prochaines années)

Taux annuel de fluctuation du revenu	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Moyenne, 6% de réduction	32	6,5
Croissance de moins de 10%	177	36,2
Croissance allant de 11 - 20%	176	36,0
Croissance allant de 21 - 30%	58	11,9
Croissance allant de 31 - 40%	23	4,7
Croissance allant de 41 - 50%	3	0,6
Croissance de 50% et plus	20	4,1
Total	489	100,0

PROBLEMES

Une étude menée en août 1988, intitulée "Newly-Formed Small Businesses in Ontario", démontre que les principaux obstacles qui nuisent à la croissance des petites entreprises relèvent de la pénurie de

main-d'oeuvre spécialisée et du travail administratif engendré par les exigences des réglementations gouvernementales. Les contraintes financières se plaçaient au troisième rang en terme d'embûche majeure. Le présent sondage dévoile les mêmes problèmes:

Ordre des problèmes majeurs:

- recrutement de main-d'oeuvre qualifiée
- calcul des déductions de la liste de paie
- réglementation gouvernementale et bureaucratie
- pénurie d'octrois et subventions
- frais énergétiques et coût élevé du carburant
- financement et "cash-flow" (somme du bénéfice de l'exploitation et des amortissements)

De plus, les problèmes additionnels suivants ont été identifiés:

- la taille du segment du marché
- la concurrence
- l'état de l'économie (les taux d'intérêt)
- l'espacement et l'incertitude des contrats
- les coûts d'assurance-protection
- les marges de crédit offert aux clients (ventes à tempérament)
- les frais de modernisation de l'équipement
- les coûts du bilinguisme

Une classification de concordance par types d'industrie démontre qu'il n'existe aucune différence significative entre les divers problèmes que rencontrent les entreprises interrogées. Les problèmes semblent affecter les différents secteurs avec la même intensité et la même ampleur.

INVESTISSEMENT INITIAL/CAPITAL DE LANCEMENT

L'investissement initial ou le fond de lancement d'une entreprise comprend tous les "frais de démarrage" calculés à l'avance. Le montant total et la répartition ventilée dépendent de la taille de la firme, de l'envergure de l'exploitation et du secteur d'activité dans lequel on a choisi d'oeuvrer; par exemple la fabrication vis-à-vis la vente au détail. Les fonds nécessaires au coup d'envoi d'une petite entreprise sont

relativement modestes. En fait, près des deux tiers (2/3) des compagnies interrogées ont mentionné avoir débuté avec cinq mille dollars (5 000 $) ou moins d'investissement initial ou de capital de lancement. La répartition des frais de démarrage est illustrée dans le tableau qui suit. La moyenne pondérée se situe au-delà de cent dix-sept mille dollars (117 000 $) en raison du haut montant de capitaux investis par certaines entreprises.

Tableau 17

Investissement initial/Frais de démarrage

Capital de lancement	Nombre d'entreprises	Pourcentage	Pourcentage cumulatif
Moins de 10 000 $	150	27,8	27,8
11 000 - 20 000 $	75	13,9	41,7
21 000 - 30 000 $	80	14,8	56,5
31 000 - 50 000 $	51	9,4	65,9
51 000 - 100 000 $	64	11,9	77,8
101 000 - 250 000 $	61	11,3	89,1
251 000 - 500 000 $	26	4,8	93,9
501 000 et plus $	33	6,1	100,0
Total	540	100,0	

Moyenne pondérée: 117 000 $

Le tableau suivant compare la répartition des firmes au regard des capitaux de lancement et des années d'existence et d'exploitation.

Tableau 18

Capital de lancement/Frais de démarrage

Investissement initial	Pourcentage d'entreprises fonctionnant depuis moins de 10 ans	Pourcentage d'entreprise fonctionnant depuis plus de 10 ans
Moins de 10 000 $	19,9	8,9
11 000 - 20 000 $	18,2	8,3
21 000 - 30 000 $	9,7	8,3
31 000 - 50 000 $	17,1	14,6
51 000 - 100 000 $	11,9	18,2
101 000 - 250 000 $	10,2	18,8
251 000 - 500 000 $	8,5	12,0
501 000 et plus $	4,5	10,9
Total	100,0	100,0

Les résultats inscrits dans le tableau ci-avant indiquent que le capital de lancement investi par les entreprises constituées plus récemment s'avère moindre que l'investissement initial des compagnies établies depuis plus longtemps (10 ans et plus). Cette observation découle du fait que:

- la formation récente de petites entreprises s'est concentrée dans les services où les frais de démarrage sont minimes et plus modestes que dans le secteur industriel;

- les compagnies nouvellement constituées sont de plus petite envergure;

- la disponibilité des données d'information sur les marchés, l'accessibilité aux programmes d'aide gouvernementale et d'autres mesures d'encouragement ont incité les entrepreneurs à lancer leur propre entreprise sur une base individuelle.

La moyenne pondérée de l'investissement initial de l'échantillon se situe à environ cent dix-sept mille dollars (117 000 $). Cependant, les données mentionnées présentent une problème de comparabilité. Un investissement de cinquante mille dollars (50 000 $) d'il y a quarante (40) ans représente une valeur différente de celle du même montant investi il y a cinq (5) ans. Le facteur temps compte pour beaucoup et le capital de lancement doit être augmenté afin de refléter la "valeur actuelle". En

raison de la longue période d'analyse (par exemple, certaines firmes ont été fondées il y a plus de cent ans), un facteur inflationniste a dû être utilisé (non composé) et la période a été limitée à cinquante (50) ans.

Cette conversion s'est opérée de la façon suivante:

- on a identifié le montant de l'investissement initial de chaque firme en rapport avec l'époque où il a été investi;

- on a augmenté l'investissement initial à l'aide d'un facteur annuel de cinq pour cent (5%);

- on a additionné tous les investissements et on a établi la moyenne.

Ce calcul a donné pour résultat un investissement initial moyen de deux cent dix mille dollars (210 000 $) comparé à cent dix-sept mille (117 000 $) si tous les montants de capital de lancement avaient été additionnés sans égard au facteur d'époque dans le temps. En fait, la somme des capitaux de lancement se chiffrait à soixante-trois (63) millions $. Ce montant ayant été ajusté selon la montée inflationniste, on en est arrivé à un investissement initial global de cent dix (110) millions $.

Tenant compte du fait que les petites entreprises nouvellement constituées n'ont pas de marge de crédit établie, il n'est pas surprenant que les propriétaires de près de cinquante-quatre pour cent (54%) des compagnies ont dû fournir quatre-vingt-dix pour cent (90%) du capital de lancement requis pour démarrer leur entreprise. Ceci est illustré dans le tableau qui suit.

Tableau 19

Capital de lancement/Investissement initial
Pourcentage de la contribution fournie par le propriétaire

Pourcentage de la contribution fournie	Nombre d'entreprises	Pourcentage de l'ensemble
Moins de 10%	40	9,0
De 11 - 20 %	24	5,4
De 21 - 30 %	35	7,9
De 31 - 40 %	23	5,2
De 41 - 50 %	60	13,5
De 51 - 80 %	20	4,5
De 81 - 90 %	5	1,1
De 91 - 100 %	236	53,4
Total	443	100,0

En moyenne, le propriétaire a investi environ soixante-dix pour cent (70%) de la somme nécessaire pour le fond de lancement. Le reste provenait de plusieurs autres sources telles les banques, la famille, les associés et les amis.

Tableau 20

Sources d'investissement initial/Capital de lancement

Source	Pourcentage de l'ensemble
Propriétaire	69,9
Institutions financières	18,1
Famille	4,9
Associés	3,3
Amis	1,4
Gouvernements	0,7
Autres	1,7
Total	100,0

FONDS DE ROULEMENT ET D'EXPANSION

La formation d'un fonds de roulement s'avère nécessaire afin d'assurer l'amélioration de la productivité et une croissance soutenue. Dans l'ensemble, les entreprises ont investi en moyenne environ cent quarante mille dollars (140 000 $) au cours des trois dernières années. Ce montant moyen couvre des variances considérables. Certaines compagnies n'ont investi qu'un millier de dollars (1 000 $) alors que d'autres sociétés ont accumulé un capital d'au-delà de deux (2) millions $, le chiffre maximal s'élevant à deux millions et demi de dollars. Les gros investissements se retrouvent communément dans les secteurs de la vente en gros et le transport comme l'indique le tableau qui suit.

Tableau 21

Pourcentage des firmes ayant investi plus de 250 000 $ par secteur

Secteur	Pourcentage
Vente en gros	35,4
Transport	31,6
Construction	21,3
Primaire	17,5
Services personnels	16,3
Vente au détail	14,5
Finance	11,1
Fabrication	5,2
Services à l'entreprise	3,5

SOURCES EXTERNES DE FINANCEMENT

La plupart des entreprises éprouvent le besoin, à un moment ou l'autre, d'aller puiser aux sources externes pour consolider leur état financier. Une telle démarche peut être justifiée dans des buts précis soit l'achat de nouvelle machinerie, l'acquisition de terrain, la rénovation des aires, la modernisation de l'équipement, en rapport avec le financement, l'expansion ou l'amélioration de l'exploitation de l'entreprise. Plus de six cents (600) firmes ont déclaré avoir eu recours à des institutions financières pour assurer leur bon fonctionnement.

Tableau 22

Sources externes de financement

Institutions	Nombre	Pourcentage
Banques	431	70,7
Caisses populaires	150	24,6
Sociétés de fiducie	9	1,5
Coopératives	7	1,1
Autres	13	2,1
Total	610	100,0

Les banques et les caisses populaires représentent les principales sources externes de financement.

EMPLOI

RESSOURCES HUMAINES

Au-delà de six cents (600) entreprises ou sociétés se sont prononcées sur la taille de leur contingent en ressources humaines soit le nombre de personnes retenues à leur emploi. Les firmes interrogées employaient en moyenne un peu plus de douze (12,4) personnes. L'ampleur des ressources humaines est ventilée selon le tableau qui suit:

Tableau 23

Emploi

Nombre d'employés	Nombre d'entreprises	Pourcentage	Pourcentage cumulatif
Moins de 10	424	67,9	67,9
10 - 20	99	15,8	83,7
20 - 30	32	5,1	88,8
30 - 50	37	5,9	94,7
50 - 70	18	2,9	97,6
70 - 100	15	2,4	100,0
Total	625	100,0	

Moins de six pour cent (6%) des entreprises possédaient un contingent de ressources humaines supérieur à cinquante (50) employés. La plus haute moyenne de main-d'oeuvre se retrouve dans le secteur de la construction et la plus basse se situe au niveau du commerce au détail.

Tableau 24

Nombre moyen d'employés retenus par chaque firme

Secteur d'activité	Nombre moyen d'employés
Construction	17,1
Fabricaion	14,4
Commerce en gros	14,2
Transport/communication	13,6
Services de consultation	13,3
Finance/assurance/immobilier	9,8
Services personnels, communautaires et dispensés à l'entreprise	8,9
Commerce au détail	8,8
Autres	12,1
Moyenne pondérée 12,4	

Du nombre total d'employés soit sept mille sept cent vingt-quatre (7 724) soixante-et-onze pour cent (71%) sont francophones et vingt-neuf pour cent (29%) sont anglophones répartis comme suit:

Francophones:	5 484	71,0%
Anglophones:	2 240	29,0%
Total	7 724	100,0%

DOTATION DU PERSONNEL/RECRUTEMENT

Les petites entreprises sont souvent axées sur la main-d'oeuvre. Donc, la qualité et la disponibilité d'un personnel compétent et entra né influencent grandement le fonctionnement de l'exploitation. Au-delà de quarante-sept pour cent (47%) des entreprises ont fait part de leur difficulté à recruter le personnel requis. Cette situation s'avère tout particulièrement évidente dans le cas des "ouvriers spécialisés".

Tableau 25

Difficultés de recrutement d'après les types d'emploi

Type	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Main-d'oeuvre non-spécialisée	125	30,2
Main-d'oeuvre spécialisée	269	65,0
Gestion/direction	20	4,8
Total	414	100,0

Le nombre total de compagnies (414) excède le chiffre global des entreprises qui ont déclaré éprouver des difficultés de recrutement (312) pour la bonne raison que certaines firmes rencontrent des problèmes dans plusieurs secteurs ou types d'emploi. Les écarts sectoriels qui existent sont ventilés dans le tableau qui suit:

Tableau 26

Difficultés de recrutement dénombrées par secteur

Secteur d'activité	Pourcentage d'entreprises déclarant éprouver des difficultés de recrutement
Commerce au détail	49,2
Services personnels/communautaires	44,1
Construction	41,9
Services à l'entreprise	60,0
Commerce en gros	51,2
Fabrication	46,5
Transport/communications	40,0
Finance/assurance	50,0
Primaire	25,0
Autres	51,6

ROTATION DES EFFECTIFS

Bien que le recrutement semble représenter le problème majeur relié à l'emploi, dix-huit pour cent (18%) des entreprises éprouvent de la difficulté à retenir les services de leur personnel. Cette situation tient autant pour la main-d'oeuvre spécialisée que pour les ouvriers non-spécialisés. Ainsi, les entreprises rencontrent quelques problèmes minimes au niveau du "recrutement" et de l'embauche d'ouvriers non-spécialisés alors que les problèmes sont plus aigus au niveau de la "retention" de la main-d'oeuvre itinérante.

Tableau 27

Problèmes causés par la rotation des effectifs identifiés par types d'emploi

Type	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Main-d'oeuvre non-spécialisée	81	43,1
Main-d'oeuvre spécialisée	99	52,7
Gestion/direction	8	4,2
Total	188	100,0

Plusieurs facteurs entrent en ligne de compte au regard des difficultés éprouvées dans le recrutement, l'embauche et la retention des ressources humaines. Dans le présent sondage, on ne s'est attardé à identifier et mesurer que l'aspect linguistique de la problématique. Environ dix pour cent (10%) des entreprises ont mentionné que le volet de la langue de travail était partiellement responsable des problèmes engendrés par la rotation des effectifs.

Tableau 28

Pourcentage par secteur des problèmes ressentis dûs à la rotation

Secteur d'activité	Pourcentage d'entreprises affectées par la rotation de la main-d'oeuvre
Vente au détail	20,3
Services personnels/communautaires	18,0
Construction	14,3
Services à l'entreprise	15,7
Commerce en gros	16,3
Fabrication	20,3
Transport/communications	8,3
Finance/assurance	21,3
Primaire	9,1
Autres	30,0

SESSIONS DE FORMATION

Il est reconnu que les sessions de formation offertes au contingent de ressources humaines de l'entreprise améliorent le rendement et entretiennent les rapports d'entregent entre les employés, la direction et les clients. Il en résulte que la satisfaction au travail est accrue et que la rotation des effectifs diminue. Cependant, les sessions de formation sont souvent l'apanage exclusif des grandes sociétés alors que les petites entreprises manquent de ressources et d'occasions pour investir dans des outils didactiques ou des cours éducatifs de préparation professionnelle et de perfectionnement continu. Le sondage confirme ce fait.

Seulement quarante-huit pour cent (48%) du nombre total des employés ont déjà suivi des sessions de formation alors qu'ils étaient en service actif pour une firme quelconque. Une certaine polarisation se remarque aux deux extrêmes tel qu'illustré dans le tableau suivant.

Tableau 29

Pourcentage d'employés qui ont suivi des sessions de formation

Pourcentage du nombre total des employés	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Moins de 10%	182	63,6
11 - 30%	60	21,0
31 - 75%	32	11,2
76% et plus	12	4,2
Total	286	100,0

Les entreprises des divers secteurs d'activité ne sont pas engagées dans la même mesure en ce qui a trait à la formation de leurs ressources humaines. Soixante douze pour cent (72%) des firmes oeuvrant dans les "services à l'entreprise" comptent des employés qui ont bénéficié de sessions de formation comparé à trente-six pour cent (36,3%) dans le secteur de la vente au détail.

Tableau 30

Sessions de formation offertes par secteur

Secteur d'activité	Pourcentage des firmes engagées dans la formation
Vente au détail	36,3
Services personnels/communautaires	57,7
Construction	36,3
Services à l'entreprise	72,0
Commerce en gros	39,5
Fabrication	38,5
Transport/communications	61,1
Finance/assurance	71,1
Primaire	36,4
Autres	51,7

PROGRAMMES D'AIDE GOUVERNEMENTALE

Le gouvernement ontarien offre plusieurs programmes visant à fournir une aide professionnelle et financière aux petites entreprises. Treize de ces programmes ont été identifiés (Développement du Nord, Prêts aux nouvelles entreprises, Centre d'aide autonome) et les répondants devaient indiquer:

- la mesure dans laquelle ils étaient sensibilisés à ces divers programmes d'aide;
- la fréquence de leur participation ou de leur mise à profit, soit le nombre de demandes effectuées pour chacun des programmes respectifs; et
- le degré de satisfaction qu'ils en avaient retiré.

L'analyse des résultats des données recueillies démontre les points suivants:

i) Le Programme d'emploi d'été de l'Ontario est le plus connu et le plus exploité par les répondants. Cependant, même dans ce cas-ci, moins de vingt-cinq pour cent (25%) des firmes sont sensibilisées à son existence ou le mettent à profit.

Tableau 31

Degré de sensibilisation aux programmes gouvernementaux

Nature du programme	Pourcentage des firmes sensibilisées au programme
Emplois d'été de l'Ontario	24,4
L'Avenir (préparation des jeunes à l'emploi	17,6
Services financiers: (Banque fédérale de développement)	13,6
Nouvelles Entreprises	12,2
Consultation/soutien	11,3
Formation professionnelle	9,6
Niveau moyen de sensibilisation aux sept (7) autres programmes	4,1

La sensibilisation aux différents programmes d'aide gouvernementale disponible s'enligne bien avec la répartition de l'échantillonnage. On le remarque dans le tableau suivant.

Tableau 32

Comparaison par régions de la répartition de l'échantillon avec la répartition de la sensibilisation

Régions	Pourcentage de la répartition de l'échantillon	Pourcentage de la répartition de la sensibilisation
Est	73,4	70,6
Centre	9,2	10,1
Nord	13,1	14,9
Grand Toronto	2,2	2,7
Sud-ouest	2,1	1,7
Total	100,0	100,0

La classification par tableaux de programmes ou de secteurs n'indiquerait pas de divergences significatives.

ii) Trois cent sept (307) entreprises ont accédé aux treize (13) programmes de l'État, en neuf cent quarante-six (946) occasions pour une moyenne de trois (3) participations par entreprise. Quatre-vingt pour cent (80%) de la participation globale a été dirigée vers les cinq (5) mêmes programmes plus connus.

Tableau 33

Mise à profit des programmes d'aide gouvernementale

Nature du programme d'État	Pourcentage d'entreprises	Pourcentage de la mise à profit globale
Emplois d'été de l'Ontario	29,3	31,7
L'Avenir	22,5	23,6
Formation professionnelle de l'Ontario	9,5	7,3
Consultation et soutien	9,2	7,8
Services financiers: (Banque féd. de dév.)	8,5	7,5
Autres	21,4	22,1
Total	100,0	100,0

Tableau 34

Comparaison par règions de la répartition de l'échantillon et de la répartition de la participation

Régions	Pourcentage de la répartition de l'échantillon	Pourcentage de la répartition de la participation
Est	73,4	69,6
Centre	9,2	7,8
Nord	13,1	19,2
Grand Toronto	2,2	1,5
Sud-Ouest	2,1	1,9
Total	100,0	100,0

iii) La moyenne pondérée du niveau de satisfaction au regard de la mise à profit des programmes d'aide gouvernementale se chiffre à 7,5 sur un barème de 10 points, dix équivalant à "complètement satisfait". Les niveaux de satisfaction reliée à la participation des

iii) La moyenne pondérée du niveau de satisfaction au regard de la mise à profit des programmes d'aide gouvernementale se chiffre à 7,5 sur un barème de 10 points, dix équivalant à "complètement satisfait". Les niveaux de satisfaction reliée à la participation des entreprises aux cinq programmes les plus populaires sont illustrés comme suit:

Nature du programme utilisé	Niveau de satisfaction
Emplois d'été de l'Ontario	7,8
L'Avenir	7,6
Formation professionnelle de l'Ontario	8,3
Consultation et soutien	5,9
Services financiers	6,7
Moyenne pondérée	7,5

NON-BÉNÉFICIAIRES

Près de cinquante-huit pour cent (58%) ou un total de quatre cent vingt (420) compagnies ne se sont pas prévalu des treize (13) programmes d'aide de l'État qui leur étaient accessibles. Les raisons invoquées par les non-participants sont nombreuses. Cependant, près des deux tiers (2/3) des entreprises non-bénéficiaires ont indiqué "un manque d'information" à titre de motif principal à leur non-participation.

Tableau 35

Motifs de non-participation aux programmes d'aide gouvernementale

Raison	Pourcentage du total
Pas au courant (non-informé)	64,6
Pas besoin d'aide	19,1
Pas applicable	7,0
Autres motifs	9,3
Total	100,0

Les "autres motifs invoqués" englobaient:

"Modalités trop complexes"
"Démarche trop coûteuse: en temps, en paperasse, en comptabilité"
"Entreprise trop modeste"
"Temps fait défaut"

DIFFICULTÉS

Quelques-unes des compagnies qui ont accédé aux programmes d'aide gouvernementale axés vers le soutien aux petites entreprises ont rencontré certaines difficultés allant de la complexité de la documentation et des formalités à remplir jusqu'au manque d'aide précise de la part des fonctionnaires en place. Les problèmes suivants ont été identifiés par les répondants:

- critères difficiles à rencontrer
- bureaucrates incompétents
- détails trop nombreux à observer
- démarche trop coûteuse en temps et énergies
- information insuffisante
- complications administratives

COMMUNICATIONS

LANGUE D'USAGE

La réussite d'une entreprise efficace et prospère dépend du soin que l'on met à établir un bon système de communication interne et externe. Les lignes de communication ouvertes, fiables et efficaces rehaussent la productivité et assurent l'avantage face à la concurrence. Ceci s'avère particulièrement vrai dans le contexte ontarien actuel depuis la mise en place de la Loi sur les services en français (loi 8).

Le leadership du gouvernement a donné le ton et a stimulé la cause de la francophonie en incitant à un plus grand usage pratique de la langue française. Dans le contre coup de la Loi de 1986 sur les Services en Français, le présent sondage offre une excellente occasion d'évaluer la mesure d'usage du français dans les communications internes et externes des entreprises. Le tableau suivant illustre ce volet.

Tableau 36

Langues d'usage dans les communications

Agents	Anglais	Français
Clients	50,4	49,6
Employés	33,1	66,9
Fournisseurs	56,3	43,7
Inst. financières	45,0	55,0
Gouv. municipal	47,3	52,7
Gouv. provincial	60,7	39,3
Moyenne	48,8	51,2

Les petites entreprises franco-ontariennes font un peu plus usage du français que de l'anglais pour une moyenne de cinquante-et-un pour cent (51,2%) contre quarante-huit pour cent (48,8%). Cependant, le français domine davantage les communications internes établies entre les employés alors que l'anglais est davantage présent dans les rapports avec les autorités gouvernementales de la province et avec les fournisseurs.

Les niveaux indiqués dans le tableau préalable (36) sont des moyennes qui dissimulent souvent des faits intéressants. En sengmentant les données de résultats, on retient quelques observations révélatrices:

- quarante-sept pour cent (47%) des entreprises utilisent "uniquement" [5] le français dans leur communication interne

- treize pour cent (13%) des entreprises font usage de l'anglais "uniquement" en terme d'outil de communication avec leurs employés

- en regard des liens de communication établis avec les institutions financières, on observe des polarisations évidentes. Plus d'un tiers (33%) des firmes communiquent "uniquement" en français alors qu'un quart (25%) communiquent "uniquement" en anglais.

- le même mode s'observe dans les relations avec les autorités gouvernementales...

  municipales: "uniquement" en français 35% des entreprises
  "uniquement" en anglais 28% des entreprises

  provinciales: "uniquement" en français 17% des entreprises
  "uniquement" en anglais 35% des entreprises

Il est intéressant d'établir une corrélation de l'usage du français selon les des régions. Les moyennes de données fournies dans le tableau 37 inscrites selon la répartition des cinq (5) régions dénombrées livrent les résultats suivants:

[5] L'expression "uniquement" dans ce contexte dénote une situation où la langue d'usage est employé quatre-vingt-dix pour cent (90%) du temps.

Tableau 37

Langues d'usage dans les communications, par régions

Régions	Pourcentage du français	Pourcentage de l'anglais
Est	54,5	45,5
Centre	33,3	66,7
Nord	3,8	56,2
Grand Toronto	41,5	58,5
Sud-ouest	19,7	80,3
Moyenne	48,8	51,2

IMPORTANCE DU FRANÇAIS

En général, si une entreprise fait amplement usage de la langue française celle-ci devrait gagner en importance. Il est difficile de concevoir une situation où le français serait utilisé de façon constante par la majorité des intervenants sans être perçu comme prédominant. Les réponses obtenues par le biais du sondage confirment ce fait. Sur un barème de dix points dont 0 équivaut à "pas important du tout", et 10 signifie "très important", la valeur d'importance du français comme langue usuelle de travail et de communication a récolté 7,1 tel qu'illustré dans le tableau 38.

Tableau 38

Valeur d'importance du français
(0 = pas important du tout 10 = très important)

Agents	Valeur d'importance
Clients	7,6
Employés	8,0
Fournisseurs	6.0
Inst. financières	7,3
Gouv. municipal	7,2
Gouv. provincial	6,5
Moyenne	7,1

Certaines divergences existent entre les régions en terme d'importance accordée à la langue française tel que le démontre le tableau suivant:

Tableau 39

Importance accordée à l'usage du français selon les régions

	Régions				
Agents	est	centre	nord	Toronto	sud-ouest
Clients	7,8	7,5	6,8	7,6	5,3
Employés	8,1	7,5	7,8	7,1	4,9
Fournisseurs	6,4	5,8	5,8	7,2	3,4
Inst. financières	7,4	8,8	6,8	10,0	4,3
Gouv. municipal	7,4	7,1	6,7	7,5	4,2
Gouv. provincial	6,4	7,6	6,8	9,0	4,2
Moyenne	7,3	7,4	6,8	6,6	4,7

RELATIONS PUBLIQUES

Quoi que les communications verbales et écrites soient de prime importance et reflètent la base de fonctionnement de l'exploitation d'une entreprise, il s'avère intéressant d'évaluer la procédure suivie dans la sphère des relations publiques au regard de la langue d'usage. Le tableau qui suit démontre cette modalité de rapports d'entregent préférée par les firmes au regard de leur démarche de relations publiques.

Tableau 40

Langue usuelle des fonctions de relations publiques

Éléments	% anglais	% français
Affichage	58,2	41,8
Papier correspondance	58,6	41,4
Publicité	56,7	43,3
Cartes d'affaires	58,8	41,2
Moyenne	58,1	41,9

L'anglais prédomine en publicité. Cependant, le français suit de près en importance particulièrement dans les rapports avec la clientèle tel que clairement indiqué par les répondants. Dans l'ensemble, la langue française est utilisée dans à peu près quarante-deux pour cent (42%) des cas relevant de l'affichage et de la publicité.

CONTRAINTES

Les firmes ont été priées d'identifier les contraintes qui limitaient l'usage du français davantage que dans la pratique courante. La raison principale invoquée émane du "respect de la clientèle anglophone". Le tableau qui suit énumère les contraintes majeures mentionnées par les répondants.

Tableau 41

Contraintes majeures limitant l'usage du français

Raisons invoquées	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Respect du client anglophone	249	39,3
Aucune raison	113	17,8
Client est bilingue	76	12,0
Plus avantageux d'utiliser l'anglais	63	9,9
Fournisseurs et institutions financières préfèrent l'anglais	36	5,7
Nous habitons l'Ontario	34	5,4
Autres	63	9,9
Total	634	100,0

ANNEXE

QUESTIONNAIRE

CODE ____

FRANCAIS ____

ANGLAIS ____

SONDAGE

PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES FRANCO-ONTARIENNES

Bonjour, j'aimerais m'adresser au propriétaire de l'entreprise. Je suis _____ de la firme Rhéal Leroux et Associés. Nous faisons un sondage auprès des entreprises franco-ontariennes pour le compte du Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie.

L'objectif du sondage est de déterminer le profil de ces entreprises, leur familiarité avec les programmes gouvernementaux et d'autres informations sélectives. Évidemment toute information obtenue sera traitée d'une façon strictement "confidentielle". Les résultats du sondage ne reflèteront que des moyennes pour tout le groupe.

Etes-vous en mesure de m'accorder quelques minutes de votre temps présentement?

Si non, pouvez-vous suggérer un autre temps?

Accepte _____ Refuse _____

Date _____ Heure _____

Êtes-vous un francophone? Oui ____ Non ____

PROFIL DE L'ENTREPRISE

1) Nom de la firme _____

2) Ville _____

3) Type: Propriétaire unique _____

Partenaire (partnership) _____ Nombre H _____
F _____

Est-ce que 50% et plus des partenaires sont francophones?

Oui ____ Non ____

Enregistré _____

Incorporé _____ Année d'incorporation _____
ou d'enregistrement

4) Année(s) en opération _____

5) Nombre d'employés:

Francophones: _____

Anglophones _____

Total _____

6) De ce total, combien (ou pourcentage) sont en mesure d'utiliser couramment les deux langues?

Nombre _____ Pourcentage _____

7) Est-ce que votre firme opère sur une base:

i) Annuelle _____

ii) Saisonnière _____

iii) Si saisonnière, mois par année _____ mois

8) Identifier le secteur qui s'applique le plus à votre firme:

i) Fabrication _____

ii) Commerce de détail _____

iii) Commerce de gros _____

iv) Construction _____

v) Transport et communication _____

vi) Services au secteur d'affaires _____

vii) Services personnels et communautaires _____

viii) Finances, assurances et immobilier _____

ix) Secteur primaire _____

x) Autres (spécifiez) _____

_____

9) Quels sont les principaux produits ou services fournis par votre entreprise?

_____

_____

10) Exportez-vous à l'extérieur du Canada des biens ou services?

Oui _____ Non _____

11) Si oui à la question (10):

i) Le marché d'exportation représente _____ pour cent de votre chiffre d'affaires total.

ii) Essentiellement vers quels pays?

1. _____ 4. _____

2. _____ 5. _____

3. _____ 6. _____

PROFIL FINANCIER

12) Quel est le montant approximatif que vous avez investi pour lancer votre présente entreprise?

i) Moins que 10 000 $ ____

ii) 10 000 $ - 20 000 $ ____

iii) 21 000 $ - 30 000 $ ____

iv) 31 000 $ - 50 000 $ ____

v) 51 000 $ - 100 000 $ ____

vi) 101 000 $ - 250 000 $ ____

vii) 251 000 $ - 500 000 $ ____

viii) 501 000 $ et plus ____

13) De ce montant initial que vous avez investi, quel est le pourcentage qui était votre contribution personnelle?

_____ pour cent Refuse _____

(Si "refuse" passer à la question 15)

14) Identifiez les autres sources du financement initial?

		Pourcentage
i)	Ami	____
ii)	Famille	____
iii)	Investisseurs, partenaires (autres qu'amis et familles)	____
iv)	Banques, institutions financières	____
v)	Octrois gouvernementaux, spécifiez	____
	_____	____
	_____	____
vi)	Autres, spécifiez	____

_____

_____

15) Pour les trois dernières années, combien avez-vous investi dans votre entreprise?

i) _____ $

ii) Refuse _____

16) Quel est votre niveau de "chiffre d'affaires" (revenus bruts) annuel présentement?

i) 25 000 $ ou moins _____

ii) 25 000 $ - 50 000 $ _____

iii) 50 000 $ - 100 000 $ _____

iv) 100 000 $ - 200 000 $ _____

v) 200 000 $ - 500 000 _____

vii) 500 000 $ - 1 000 000 $ _____

viii) 1 000 000 $ - 2 000 000 $ _____

ix) 2 000 000 $ et plus _____

x) Refuse _____

17) Avec qui faites-vous affaires pour le financement et les opérations de votre entreprise?

		Financement (Pourcentage)	Opérations (Pourcentage)
i)	Banque	_____	_____
ii)	Caisse populaire	_____	_____
iii)	Trust	_____	_____
iv)	"Credit Union"	_____	_____
v)	Autres, spécifier:		
	_____	_____	_____
	_____	_____	_____

18) Pour les 3 dernières années, quel est votre taux de croissance annuel (ou baisse) au niveau de votre chiffre d'affaires? (spécifiez)

_____ pour cent, par année

19) Pour les 3 prochaines années, quel est votre estimé du taux de croissance (ou baisse) annuel au niveau de votre chiffre d'affaires? (spécifiez)

_____ pour cent, par année

20) Identifiez par ordre d'importance, les trois problèmes majeurs que vous rencontrez dans l'exercice de vos affaires?

_____

_____

PERSONNEL

21) Avez-vous de la difficulté à recruter du personnel?

Oui ____ Non ____

22) Quelle catégorie de personnel est la plus difficile à recruter?

Travailleurs non-spécialisés ____

Travailleurs spécialisés ____

Employés cadres ____

23) Avez-vous de la difficulté à garder votre personnel?

Oui ____ Non ____

24) Quelle catégorie de personnel avez-vous de la difficulté à garder?

Travailleurs non-spécialisés ____

Travailleurs spécialisés ____

Employés cadres ____

25) Croyez vous que la langue soit partiellement responsable de cette difficulté à recruter ou garder votre personnel?

Oui ____ Non ____

26) Vos employé(e)s ont-ils(elles) suivi des cours de formation?

Oui ____ Non ____

27) Pourcentage des employés ayant suivi des cours de formation.

_____ pour cent

FAMILIARITE

28) Le gouvernement de l'Ontario offre plusieurs programmes pour aider la petite entreprise. Nous voulons vérifier les trois dimensions suivantes à propos de ces programmes:

a) Votre niveau de "familiarité" avec ces programmes

b) Votre niveau "d'utilisation" de ces programmes

c) Votre niveau de "satisfaction" si vous les avez utilisé

	Programmes	Familier (10 = familier, 0 = non familier)	Fréquence d'utilisation	Niveau de satisfaction (10= très satisfait)
i)	New Ventures Loans Nouvelles entreprises prêts	___	___	___
ii)	Youth Venture Capital Loans Capital d'entreprise pour les jeunes	___	___	___
iii)	Student Venture Capilal Loans Capital d'entreprise pour les étudiants	___	___	___
iv)	The Ontario Development Corporation La Société de développement de l'Ontario	___	___	___
v)	Small Business Hotline Ligne spéciale pour les petites entreprises	___	___	___
vi)	Nordev	___	___	___
vii)	Self Help Center Centre d'information pour les petites entreprises	___	___	___

		Familier	Fréquence	Niveau de satisfaction
viii)	COIN REPIC	___	___	___
ix)	Futures L'avenir	___	___	___
x)	Ontario Summer Employment Program Programme d'emplois d'été de l'Ontario	___	___	___
xi)	Ontario Skills Bureau de consultation information professionnelle de l'Ontario	___	___	___
xii)	Advisory Programs Les services consultatifs de la banque fédérale de développement	___	___	___
xiii)	Les services financiers de la banque fédérale de développement	___	___	___

29) Si vous n'avez pas utilisé ces programmes, donnez la (ou les) raison(s):

_____

_____

_____

30) Généralement, quels sont les difficultés que vous avez rencontrées dans l'utilisation de ces programmes d'aide aux petites entreprises?

_____

_____

_____

31) Avez-vous des suggestions pour améliorer ces programmes gouvernementaux? (spécifiez)

_____

_____

_____

COMMUNICATION

32) Quelle langue utilisez-vous pour communiquer avec: (Indiquez le pourcentage)

		Anglais %	Français %
i)	Clients	___	___
ii)	Employés	___	___
iii)	Fournisseurs	___	___
iv)	Institutions financières	___	___
v)	Gouvernement municipal	___	___
vi)	Gouvernement de l'Ontario	___	___

33) Quelle langue utilisez-vous généralement pour: (indiquez le pourcentage)

		Français %	Anglais %
i)	Affichage	___	___
ii)	Papeterie	___	___
iii)	Publicité	___	___
iv)	Cartes d'affaires	___	___

34) Quelles sont les raisons qui vous empêchent d'utiliser plus de français?

_____

_____

_____

35) Pour votre firme, est-ce que la connaissance du français est importante aux niveaux suivants. Indiquez le niveau d'importance, (où 0= aucune importance 10= très important)

	Communication avec:	Niveau
i)	Clients	____
ii)	Employés	____
iii)	Fournisseurs	____
iv)	Institutions financières	____
v)	Gouvernement municipal	____
vi)	Gouvernement de l'Ontario	____

PROFIL DÉMOGRAPHIQUE DU RÉPONDANT

36) Sexe: Homme _____ Femme ____

37) Age: _____

38) Niveau de scolarité _____

39) Type de scolarité (si applicable) _____

40) Avez-vous suivi des cours de "formation" en affaires?

Oui ____ Non ____